

Thema: Identitäter

Autor: k.A.

BRANDING

Wenn die Marke Urlaub macht

Der Sommer und damit der Urlaub nähert sich. Eine langweilige Abwesenheitsnotiz schadet dem Unternehmen. Warum nicht einmal kreativ sein?



Gastautorin
Monika Kriwan
hat 187 Abwesenheitsnotizen analysiert und klare Empfehlungen daraus formuliert. Sie ist Beraterin bei wortwelt® und IDENTITÄTER. www.wortwelt.at

»HALLO, ICH BIN zurzeit nicht im Büro. Mails bleiben bis Donnerstag unbeantwortet!« – das war eine der 187 analysierten Abwesenheitsnotizen von 150 Unternehmen, die 2015 in die wortwelt-Mailbox flatterten. Kein Gruß, kein Dankeschön, keine Vertretung, keine Information über die Rückkehr. Ganz zu schweigen von einem positiven Markenerlebnis. Automatische Antworten als Visitenkarte eines Unternehmens? Davon sind Österreichs Firmen noch meilenweit entfernt.

Abwesenheitsnotizen enttäuschen Erwartungen. Jemand will etwas von dir und du kannst nicht weiterhelfen. Da liegt es doch nahe, wenigstens freundlich zu sein. Im Idealfall zaubert die Abwesenheitsnotiz dem Absender ein Lächeln auf die Lippen.

Floskelwüste

Nach dem wortwelt-Sprachkriterium »Sympathie« schneiden die Abwesenheitsassistenten besonders schlecht ab. Der Hauptgrund: Sie sind so floskelhaft, dass sie mehr Frust als Lust verursachen. Es sind mehr oder weniger 5 Standardsätze, aus denen die meisten Out-of-office Meldungen geschnitzt werden.

Floskelranking:

Die 5 häufigsten Formulierungen in 187 Abwesenheitsnotizen:

- 36%** beinhalten folgenden Satz: »In dringenden Fällen wenden Sie sich/kontaktieren Sie ...«
- 25%:** Vielen Dank für Ihre Nachricht/E-Mail ...
- 16%:** Ihr/e E-Mail wird nicht automatisch weitergeleitet ...
- 13%:** Ich werde Ihre Nachricht nach meiner Rückkehr beantworten/bearbeiten ...
- 11%:** »Ich bin ab xx.xx. wieder erreichbar ...«

Eine **No-Go-Abwesenheitsnotiz** mit den schönsten Stilblüten der Studie sieht so aus:

»Werter Absender,
vielen Dank für Ihre Nachricht. Ihr E-Mail erreicht mich während meiner Abwesenheit. Ihre Nachricht wird nicht automatisch weitergeleitet. Für dringende Anfragen steht Ihnen meine Kollegin Martha.muster@mustermann.at zur Verfügung. Eine telefonische Erreichbarkeit über Handy für besonders dringende Fälle ist gewährleistet. Ab dem xx.xx bin ich wieder regulär erreichbar. Ihre Emails werden baldestmöglich beantwortet!
Mit freundlichen Grüßen«

Vom Danke bis zur Vertretung

Auch die Serviceorientierung kommt bei den automatischen Antworten oft zu kurz. 27 Prozent geben keine Vertretung an. 9 Prozent sagen nicht, wann sie wieder erreichbar sind. Und 76 Prozent antworten in nur einer Sprache. Das könnte in unserer globalen Welt nicht alle ansprechen. Ähnlich verhält es sich übrigens beim Gendern – wenn Frauen mit »Sehr geehrter Sender« adressiert werden.



Anfragen für weitere Nutzungsrechte an den Verlag

Thema: Identitäter

Autor: k.A.

Sympathischer Service

42% der untersuchten Abwesenheitsnotizen bedanken sich für das E-Mail
73% geben eine Vertretung an
91% avisieren den Zeitpunkt der Rückkehr
24% sind zweisprachig geschrieben: D/E

Reine Privatsache?

Automatische Antworten von ein und derselben Firma wurden in der Studie nur dann berücksichtigt, wenn sie unterschiedlich ausfielen. Das ist bei immerhin 18 Firmen der Fall. Noch drastischer: Annähernd 30 Prozent aller Abwesenheitsassistenten enthalten Rechtschreib- oder Grammatikfehler. Hier liegt der Schluss nahe, dass es keine verpflichtende Firmenvorlage gibt, sondern Abwesenheitsmails noch als Privatsache gesehen werden.

Lichtblicke strahlen besonders hell

Wirklich anders und erfrischend markentypisch waren insgesamt nur 6 Abwesenheitsnotizen, zwei davon von ein- und derselben Firma. Das sind gerade einmal 3 Prozent. Hier wird gewaltiges Markenpotenzial verschenkt, zumal Firmen mit diesen kurzen Texten richtig authentisch Flagge zeigen könnten. Im Vergleich zu Werbung und PR sind die Kosten für markengerechte Alltagskommunikation vernachlässigbar. Die Chancen, sich glaubwürdig zu positionieren, dafür umso höher.

Ein paar Tipps für den großen Firmenauftritt via Abwesenheitsnotiz:

- Weniger ist mehr: Wenn Sie Ihre Marke textfrisch und serviceorientiert rüberbringen, dürfen auch Anrede oder Dankesworte fehlen. Ein Abschiedsgruß muss aber sein.
- Für Unternehmensvorlagen gilt: Es darf auch ein bisschen mehr sein. Geben Sie Ihrem Team mindestens 4 bis 5 Vorlagen zur Auswahl. Nichts ist langweiliger, als immer nur das Gleiche zu lesen.
- Mitmachen ist Muss: Marke ist und bleibt ein Unternehmensprojekt, stümperhafte Abwesenheitsnotizen färben auch auf den Arbeitgeber ab.
- Vergessen Sie nicht auf das Rundherum: Wann braucht es überhaupt Abwesenheitsnotizen, ab einem Tag oder erst ab drei? Richtlinien können hier nicht schaden.
- Machen Sie Lust auf die etwas andere Notiz: Hier ist die interne Kommunikation gefragt. Vielleicht wollen Sie ja einen firmeninternen Wettbewerb ausrufen?

Positive Texthäppchen

Austrian Airlines

»Servus and welcome to my personal mailbox! [...] Best regards, xyz who flew to Barcelona with a smile«

Sonnentor

»Schön, dass Sie sich melden. Heut' geht die Sonne für Sie auf, auch wenn Sie mich erst am xxx wieder erreichen. Gerne ist bis dahin mein Kollege xyz für Sie da. Das SONNENTOR ist für Sie auch im Internet unter www.sonnentor.com geöffnet. Sonnige Grüße«

Happy & Ness

»Und diese wunderbare, mir selbst geschenkte Zeit nutze ich jetzt intensiv für Entspannung, aber auch fürs Umdenken, Querdenken und Nachdenken. Meine Emails checke ich deswegen von mäßig bis unregelmäßig, sicher aber nicht übermäßig.«

Und zum Schluss noch, wie die IDENTITÄTER ihren Urlaub verkünden:

»Wer nicht erholt ist macht Fehl.

Deswegen bin ich jetzt im Urlaub.

Ab 2. Novembär bin ich wieder da.

In neur Frische!

In dirngenden Fälllen wendne Sie sich bitte an xyz oder an Ihren Arzt oder Apothekr.« **T**